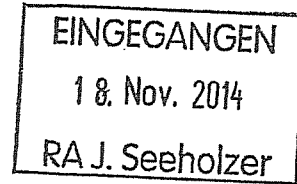
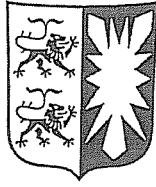


23 C 136/14

Verkündet am 14.11.2014

gez.
JS
als Urkundsbeamter der
Geschäftsstelle



Amtsgericht Oldenburg (Holstein)

Urteil

Im Namen des Volkes

In dem Rechtsstreit

- Kläger -

Prozessbevollmächtigter:

Rechtsanwalt **Jochen Seeholzer**, Kleine Reichenstraße 1, 20457 Hamburg, Gz.: 00096-13

gegen

F
d GmbH,

- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

wegen Feststellung

hat das Amtsgericht Oldenburg (Holstein)
Verhandlung vom 10.10.2014 für Recht erkannt:

auf Grund der mündlichen

Die Klage wird abgewiesen.

Der Kläger hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Der Kläger kann die Vollstreckung der Beklagten durch Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des aufgrund des Urteils vollstreckbaren Betrags abwenden, wenn nicht die Beklagte vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 110 % des

zu vollstreckenden Betrags leistet.

Der Streitwert wird auf 2.344,41 € festgesetzt.

Tatbestand

Die Parteien streiten über das Bestehen eines Insertionsvertrages. Die Beklagte ist als Unternehmen im Bereich Printmedien/Werbemittel tätig und bietet unter anderem Anzeigenverträge für Gewerbetreibende an. Der Kläger betreibt eine Physiotherapiepraxis in L Ostholstein. Im Mai 2013 trat die Beklagte durch einen ihrer Mitarbeiter telefonisch an den Kläger heran und bot diesem eine auf die Praxis des Klägers ausgerichtete Anzeige in einer Infobroschüre an. Das Vertragsformular wurde dem Kläger anschließend per E-Mail übersandt. Darin heißt es unter anderem:

„F GmbH •
[...]
ohne öffentlichen Auftrag – Behördenunabhängig

Ausgabe: L und Umkreis

Objekt: Infobroschüre

Sonderpreis (handschriftlich)

Nettopreis/Auflage	298,00 Euro (handschriftlich)	498,00 Euro (gestrichen)
+ 27,80 Euro Verteilungskosten je Auflage		

Satz und Reproduktion	89,00 Euro
je Auflage	

Farbkosten	75,00 Euro
je Auflage/pro Farbe zzgl. 19 % gesetzlicher MwSt	

Gewünschtes Format: Format 3
ca. 90 x 165 mm

Textvorlage: vom Kunden

Anzeigenauftrag

Die Verteilung erfolgt über den Postversand an öffentliche Behörden, Arztpraxen, Einzelhandelsgeschäfte, Hotels sowie an weitere vom Verlag ausgesuchte Adressaten und an die Inserenten. Das Ausgabegebiet befindet sich im Umkreis von 75 km der Kundenanschrift. Jede Auflage umfasst 1.000 Exemplare. Als Verteilungsnachweis wird nach schriftlicher Anforderung der Versand- bzw. [unleserlich]eleg der Deutschen Post AG zugesandt. Der Werbeträger enthält wahlweise Rubriken aus den Themen Wirtschaft, Europa, Bildung, Gesundheit, Klima, Beauty sowie weitere allgemeine, dem Bürger [unleserlich] Informationen und wird mit Werbeanzeigen bestückt. Der aufgeführte Nettopreis gilt für eine Auflage, zzgl. Satz- & Repro-, farb- und Verteilungskosten. Der Werbeträger erscheint viermal innerhalb von einem Jahr. Der Auftraggeber bestätigt, dass er die Urheber- und Nutzungsrechte der o.a. Textvorlage besitzt und den F Verlag bevollmächtigt die Anzeige zu veröffentlichen. Der Kunde erhält innerhalb von vier Wochen einen Korrekturabzug. Gewünschte Änderungen müssen innerhalb von 7 Tagen nach

Eingang des Korrekturabzugs schriftlich mitgeteilt werden, sonst wird nach eigenem Entwurf bzw. laut Vorlage gedruckt. Der Vertrag verlängert sich nach der Laufzeit jeweils um ein weiteres Jahr, wenn nicht spätestens drei Monate vor Ablauf der vereinbarten Laufzeit schriftlich gekündigt wird. Mündliche Absprachen haben keine Gültigkeit. Besondere Vereinbarungen bedürfen der Schriftform. Der Vertrag ist innerhalb der Laufzeit unkündbar. Die Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Gerichtstand ist V

[...]

Besondere Vereinbarungen:

Der Vertrag hat eine verkürzte Laufzeit von einem Jahr."

Hinsichtlich des weiteren Inhalts sowie der optischen Gestaltung wird auf die Anlage K1 (Bl. 12 f. Bezug genommen).

Der Vordruck wurde dem Kläger noch am selben Tag per E-mail übersandt. Der Kläger druckte den Vertragstext aus, der nach dem Ausdruck nicht mehr zu lesen war, unterzeichnete diesen und sandte ihn an die Beklagte nach V. Mit Schreiben vom 05.06.2013 stellte die Beklagte ihre Leistung für die 1. Auflage mit 582,86 Euro in Rechnung. Auch die Kosten für die weiteren Auflagen wurden dem Kläger mit Schreiben vom 11.09.2013 und 02.10.2013 in Rechnung gestellt. Dieser zahlte nicht. Sämtliche Rechnungen wurden mit Schreiben vom 16.12.2013 und 15.01.2014 anschließend angemahnt. Mit Schreiben vom 14.09.2013 ließ der Kläger durch seinen Prozessbevollmächtigten den Vertrag wegen arglistiger Täuschung anfechten und berief sich zugleich auf die Einrede des nichterfüllten Vertrages. Hilfsweise erklärte er die Kündigung bzw. den Rücktritt vom Vertrag. Hinsichtlich der Einzelheiten wird auf die Anlage K3 (Bl. 15 ff. d.A.) Bezug genommen. Unter Zugrundelegung eines Streitwertes von 2.331,44 Euro fielen hierfür 382,59 Euro an.

Der Kläger vertritt die Auffassung, dass zwischen den Parteien mangels Bestimmtheit bereits kein Vertrag zustande gekommen sei. Der Vertragstext lasse nicht erkennen, in welchem Umkreis und Ausmaß eine Verbreitung der Infobroschüren erfolgen solle, d.h. wie viele Drucke wo an wen verteilt würden. Zudem habe er den Vertrag aber auch wirksam angefochten, weil der Kläger durch den Mitarbeiter, der mit dem Kläger das Telefongespräch geführt hatte, arglistig getäuscht worden sei. Hierzu behauptet der Kläger, der Mitarbeiter habe ihm gegenüber den Eindruck erweckt, er trete für den L Anzeiger auf, in welchem der Kläger bereits in der Vergangenheit Werbeanzeigen hatte schalten lassen und gleichzeitig suggeriert, dass es sich um eine einmalige Angelegenheit handele. Aus diesem Grund habe er das Formular unterzeichnet. Erst nach Zugang der Rechnung vom 05.06.2013 sei ihm bewusst geworden, dass er auf eine „unseriöse Masche“ hereingefallen sei und in Wirklichkeit einen Vertrag abgeschlossen habe, der ihn verpflichten solle, 4 Auflagen zu bezahlen. Zumindest habe die Beklagte den Vertrag nicht erfüllt.

Der Kläger beantragt,

1. festzustellen, dass die Beklagte keine Ansprüche auf Zahlung aus dem vermeintlichen Insertionsvertrag vom 06. Mai 2013 gegen den Kläger hat.
2. Die Beklagte zu verurteilen, an den Kläger die außergerichtlichen Anwaltskosten in Höhe von 382,59 Euro zu zahlen bzw. diesen davon freizuhalten.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte behauptet, der Inhalt der Broschüre sei detailliert mit dem Kläger telefonisch besprochen worden. Es sei die gewünschte Größe der Werbung (90 x 165 mm) ausgesucht und durch den Mitarbeiter der Beklagten auf dem Formular notiert worden. Zudem sei besprochen worden, dass die Textvorlage vom Kunden zur Verfügung gestellt würde. Der Mitarbeiter habe dem Kläger zudem den im Vertragstext handschriftlich eingefügten Sonderpreis von 298,00 Euro statt 498,00 Euro angeboten. Zu Erfüllung des Vertrages seien 3 Auflagen des Werbeblattes mit je 1.200 Exemplaren gedruckt und im Umkreis von 75 km der Kundenanschrift verteilt worden. Die vierte Auflage werde derzeit produziert und verteilt.

Hinsichtlich des weiteren Vorbringens wird auf das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 10.10.2014 sowie die wechselseitigen Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

Die Klage ist zulässig, aber unbegründet.

Die Zuständigkeit des Amtsgerichts Oldenburg (Holstein) folgt aus § 23 Nr. 1 GVG in Verbindung mit §§ 29, 35 ZPO (vgl. Zöller/Vollkommer, ZPO, 30. Aufl., § 29 Rn 17 und 24 aE). Bei dem im Vertragsformular vereinbarten Gerichtsstand handelt es sich – unabhängig von der Frage der Wirksamkeit des Vertrages – zumindest nicht um eine ausschließliche Gerichtsstandsvereinbarung. Die Parteien haben durch die Formulierung „Gerichtsstand ist W“ nicht grundsätzlich andere bestehende Gerichtsstände ausschließen wollen. Ein entsprechender Wille der Parteien wird zumindest nicht durch die gewählte Formulierung zum Ausdruck gebracht (vgl. Zöller/Vollkommer, § 38 Rn. 14). Vielmehr dürfte sich die Beklagte mit der Aufnahme des Gerichtsstandes W lediglich einen weiteren, d.h. zusätzlichen Gerichtsstand an ihrem Unternehmenssitz habe schaffen wollen.

Der Kläger hat zudem ein rechtliches Interesse an der von ihm beantragten Feststellung gem. § 256 ZPO.

Ein solches besteht dann, wenn dem subjektiven Recht des Klägers eine gegenwärtige Gefahr der Unsicherheit droht, wenn die Beklagte es ernstlich bestreitet oder sie sich eines Rechts gegen den Kläger berührt und wenn das erstrebte Urteil infolge seiner Rechtskraft geeignet ist, diese Gefahr zu beseitigen (vgl. BGH NJW 2010, 1877 [1887]).

Im vorliegenden Fall berührt sich die Beklagte eines Zahlungsanspruchs aus dem Werbevertrag und hat bereits im Vorfeld den Kläger mehrfach angemahnt. Da die Gefahr besteht, dass die Beklagte den ihr nach eigener Auffassung zustehenden Vergütungsanspruch in Kürze selbst gerichtlich geltend machen wird, bejaht das Gericht das Interesse des Klägers an einer – vorbeugenden – Klärung der Angelegenheit.

Die Klage hat in der Sache allerdings keinen Erfolg. Der Beklagten steht nämlich gegen den Kläger dem Grunde nach ein Anspruch auf Zahlung der vereinbarten Vergütung aus dem zwischen den Parteien wirksam geschlossenen Insertionsvertrag gem. § 631 Abs. 1 BGB zu.

Die Parteien haben einen wirksamen Werbevertrag geschlossen, welcher gem. § 631 Abs. 1

BGB als Werkvertrag zu qualifizieren ist. Grund hierfür ist, dass bei Werbeverträgen neben der Veröffentlichung der Werbeanzeige selbst, die sich daran anschließende Verbreitung und die damit idealerweise verbundene Werbewirksamkeit im Vordergrund steht, also ein konkretes Arbeitsergebnis geschuldet wird (vgl. dazu BGH, NJW 1984, 2406 [2407]).

Vorliegend haben sich die Parteien über die Schaltung einer Werbeanzeige in einer Infobroschüre geeinigt, welche wahlweise Rubriken aus den Themengebieten Wirtschaft, Europa, Bildung, Gesundheit, Klima, Beauty sowie weitere Informationen enthält und mit Werbeträgern bestückt wird; als Ausgabeort wurde „Lensahn und Umgebung“ vereinbart.

Von einem hinreichend bestimmten Vertragstext ist bei solchen Verträgen immer dann auszugehen, wenn die Vertragserklärungen Angaben zur Auflage und Verbreitung des Werbeträgers machen. Ferner muss vertraglich vereinbart werden, an welchen Stellen die Werbung verteilt werden soll, weil andernfalls vom Gericht nicht festgestellt werden kann, ob der geschuldete Werbeeffect tatsächlich erzielt werden kann (vgl. AG Oldenburg i.H., NJOZ 2010, 1343 [1344]).

Entsprechende Anforderungen an die Bestimmtheit des Werbevertrages sind im vorliegenden Fall erfüllt.

Entgegen der Auffassung des Klägers, lässt sich dem Vertragsformular durchaus entnehmen, in welcher Auflagenstärke der Werbeträger und an wen und wo er verteilt wird. Der Anzeigenauftrag enthält die deutliche Formulierung „Jede Auflage umfasst 1.000 Exemplare“. Laut Anzeigenauftrag befindet sich das Ausgabengebiet „im Umkreis von 75 km der Kundenanschrift“. Hierdurch wird erkennbar, dass eine Verteilung in einem Radius von 75 km der Kundenadresse erfolgt. Die Argumentation des Klägers, es sei widersprüchlich, wenn es im Vertragstext „75 km von Kundenanschrift“ heißt, während die Rechnung vom 05.06.2013 als Ausgabengebiet „L + Umgebung“ ausgibt, verfängt nicht. Für die Überprüfung der Wirksamkeit des Vertrages kommt es im vorliegenden Fall nämlich allein auf den Vertragstext selbst an. Die von der Beklagten gestellte Rechnung ist darüber hinaus nicht geeignet um als Auslegungsgrundlage für den Vertragsinhalt herangezogen zu werden.

Auch die im Vertragstext aufgezählten Auslieferungsstellen sind hinreichend benannt worden. Durch die Nennung „Öffentliche Behörden, Arztpraxen, Einzelhandelsgeschäfte, Hotels“ wird ersichtlich, welcher Adressatenkreis durch die Versendung der Infobroschüre erreicht werden soll. Hierdurch kann sich der Besteller einen hinreichenden Eindruck darüber verschaffen, ob der von ihm gewünschte Werbeeffect einzutreten vermag. Zwar enthält der Vertragstext zudem die Formulierung „sowie an weitere vom Verlag ausgesuchte Adressaten“; aufgrund der Tatsache, dass sich dieser Passus unmittelbar an die vorstehende Aufzählung anschließt, ist aber zumindest erkennbar, nach welchen Kriterien die Beklagte bei ihrer Wahl vorgeht. Eine Aufzählung sämtlicher Adressaten, welchen die Infobroschüre zugestellt werden soll, kann von der Beklagten nicht verlangt werden und würde im Übrigen auch den Inhalt des Vertragsformulars sprengen. Die Tatsache, dass des Weiteren auch die Inserenten der Infobroschüre als Empfänger erfasst werden, steht ebenfalls der Bestimmtheit des Vertragstextes nicht entgegen. Das Gericht vermag nicht zu erkennen, inwieweit die von der Beklagten gewählte Formulierung nicht geeignet sein sollte, den Adressatenkreis hinreichend einzugrenzen. Dies gilt insbesondere auch vor dem Hintergrund, dass mit der Angabe des Verteilergebietes, ein ohnehin nur örtlich begrenzter Personenkreis angesprochen wird. Für den Kläger ist insoweit ersichtlich, dass als Inserenten lediglich diejenigen Unternehmer erfasst werden, die in dem Verteilergebiet ansässig sind. Gleiches gilt auch mit Blick auf die allgemein gehaltene Bezeichnung der Auslieferungsstellen. Der Adressatenkreis ist auch insoweit räumlich abgrenzbar und damit auch in der Anzahl begrenzt.

Es liegt auch kein Verstoß gegen das in § 307 Abs. 1 Satz 2 BGB verankerte Transparenzgebot vor.

Die Anwendbarkeit der Vorschrift auf vorliegenden Fall folgt aus § 310 Abs. 1 Satz 2 BGB, da sowohl Kläger als auch Beklagte als Unternehmer im Sinne von § 12 BGB zu qualifizieren sind. Bei dem Vertragsformular handelt es sich um einen vorformulierten Vertragstext, mithin um Allgemeine Vertragsbedingungen gem. § 305 Abs. 1 BGB.

Das Transparenzgebot verpflichtet den Verwender, Rechte und Pflichten seines Vertragspartners in den AGB möglichst klar, einfach und präzise darzustellen. Dabei gebieten Treu und Glauben, dass die gewählte Formulierung wirtschaftliche Nachteile und Belastungen für einen durchschnittlichen Vertragspartner so weit erkennen lässt, wie dies nach den Umständen gefordert werden kann (vgl. u.a. BGH NJW 2011, 1801 [1802]).

Dem Gericht ist durchaus bewusst, dass die für den Besteller relevanten Informationen im Vertragstext verstreut auftauchen und insoweit nicht bloß ein flüchtiger Blick Klarheit über Vertragsinhalt und –umfang verschafft. Bei der Beurteilung, ob eine Regelung dem Transparenzgebot genügt, ist aber nicht auf einen flüchtigen Betrachter, sondern auf einen sorgfältigen Teilnehmer am Wirtschaftsverkehr abzustellen (vgl. dazu Palandt/Grüneberg, BGB, 73. Aufl., 2014, § 307 Rn. 23). Unter Zugrundelegung dieses Maßstabs ist der gewählte Formulartext transparent. Den vertraglichen Formulierungen lässt sich entnehmen, dass nicht nur eine einmalige Leistung erbracht wird, sondern dass die Werbebroschüre viermal im Jahr erscheint. Bereits bei der Angabe des Nettopreises wird mit der Bezeichnung „Nettopreis/Auflage“ angegeben, dass sich die vereinbarten 298,00 Euro auf eine Auflage beziehen; auch bei den Kosten für Satz, Reproduktion und Farbe folgt der Zusatz „je Auflage“. Der Anzeigenauftrag selbst formuliert: „Jede Auflage umfasst 1.000 Exemplare, „der Nettopreis gilt für eine Auflage, zzgl. Satz- & Repro-, Farb- und Verteilungskosten“, „Der Werbeträger erscheint viermal innerhalb von einem Jahr“.

Der Wirksamkeit des Vertrages steht auch nicht entgegen, dass der in Kopie vorgelegte Vertragstext nicht mehr leserlich ist. Der Kläger hat zwar ursprünglich erklärt, dass ihm eine schlecht lesbare Ausfertigung des Formulars von der Beklagten zugesandt wurde. In seiner persönlichen Anhörung im Rahmen der mündlichen Verhandlung hat er allerdings erklärt, dass der Vertragstext *nach* Ausdruck mit seinem Drucker nicht mehr zu lesen war. Er hat allerdings nicht mehr erklärt, dass das Formular von vornherein unleserlich gewesen sei. Im Übrigen hat er den Vertragstext unterzeichnet.

Der Kläger konnte den Vertrag mangels Vorliegens eines Anfechtungsgrundes nicht wirksam anfechten.

Die Voraussetzungen für eine Anfechtung nach § 123 Abs. 1 BGB liegen nicht. Die für § 123 BGB erforderliche Täuschungshandlung ist von Beklagtenseite bestritten worden. Dem Kläger ist es nicht gelungen, die Täuschungshandlung zu beweisen. Die von ihm benannten Zeugen T und B musste das Gericht nicht vernehmen, da sie als Beweismittel bereits ungeeignet waren. Laut Klägervortrag waren die Zeugen selbst bei dem, die Täuschungshandlung begründenden Telefongespräch zwischen dem Kläger und einem Mitarbeiter der Beklagten nicht anwesend. Sie hätten lediglich aus ihren eigenen Erfahrungen mit der Beklagten als Vertragspartnerin berichten können. Eine Täuschungshandlung im vorliegenden Fall wäre dadurch nicht bewiesen worden.

Das Gericht war auch nicht verpflichtet, den Kläger als Partei förmlich zu vernehmen. Voraussetzung für eine Vernehmung nach § 448 ZPO ist, dass nach einer richterlicher Gesamtwürdigung des bisherigen Verfahrens eine gewisse, nicht notwendig hohe Wahrscheinlichkeit für die Richtigkeit der beweisbedürftigen Behauptung streitet, d.h. es muss mehr für als gegen sie sprechen, bereits „einiger Beweis“ erbracht sein (vgl. BGH, Urteil vom 05.07.1989, Az. VIII ZR 334/88, Rn. 16, zitiert nach juris.de; sog. Anbeweis/Anfangsbeweis). Dabei ist das Gericht auch berechtigt, den positiven Eindruck aus einer Parteianhörung gem. § 141 ZPO heranzuziehen (vgl.

Zöller/Greger, 30. Aufl., § 448 Rn. 4). Das Gericht hat nach durchgeführter Anhörung des Klägers allerdings nicht den Eindruck gewinnen können, der Kläger sei von dem Mitarbeiter über den wahren Vertragspartner und Inhalt des Vertrages getäuscht worden. Der Kläger hat zunächst erklärt, dass der Mitarbeiter der Beklagten auf seine Frage, ob es sich bei dem Broschüreangebot um jenes des „L Anzeigers“ handle, nicht geantwortet habe. Der Mitarbeiter habe lediglich auf die Frage geantwortet, ob es sich bei der Infobroschüre um „dieses schmale Heft“ handle und dies bejaht. Später hat der Kläger zwar ergänzend erklärt, man habe ausdrücklich über den „L Anzeiger“ gesprochen und die Frage nach „diesem schmalen Heft“ habe sich deshalb ausdrücklich hierauf bezogen. Auf die Nachfrage, warum sich nicht eine Mitarbeiterin des „L Anzeigers“ melden würde, habe der Mitarbeiter der Beklagten aber nicht geantwortet. Das Gericht sieht darin kein Anzeichen für eine konkrete Täuschungshandlung, zumal zwischen den Parteien unstreitig ist, dass eine Verteilung der Infobroschüre in L und Umgebung stattfinden sollte. Zumindest war dem Kläger nach eigenem Vortrag bewusst, dass der Mitarbeiter der Beklagten die konkrete Frage nach einer Mitarbeiterin des „L Anzeigers“ nicht beantwortet hat. An dieser Stelle hätte er konkret nachfragen können. Der Kläger hat sich allerdings am Telefon auch nicht vertraglich gebunden. Ihm wurde vielmehr das Vertragsformular per E-Mail zugesandt. Auf dem Formular erscheint die Beklagte deutlich als Vertragspartnerin (auch noch nach Ausdruck durch den Kläger). Zudem enthält es den Hinweis „kein öffentlicher Auftrag – Behördenunabhängig“ sowie die Kontaktdaten der Beklagten. Der Kläger nach eigenem Vortrag im Rahmen seiner Anhörung versendete den unterzeichneten Vertragstext sogar selbst postalisch an die Beklagte nach W . Spätestens zu diesem Zeitpunkt hätte dem Kläger bewusst werden müssen, dass ihm hier ein anderer Vertragspartner als der in L ansässige Verlag gegenübersteht. Eine der Beklagten zurechenbare Täuschungshandlung erscheint deshalb nicht naheliegend.

Eine Anfechtung nach § 119 Abs. 1 BGB kommt vorliegend ebenfalls nicht in Betracht. Der Irrtum über den Vertragspartner liegt in der Risikosphäre des Klägers. Im Übrigen wäre der Vertrag wohl nicht mehr „unverzüglich“ im Sinne von § 121 BGB angefochten worden, da die erste Rechnung der Beklagten auf den 05.06.2013 datiert und eine Anfechtungserklärung erst mit anwaltlichem Schriftsatz vom 04.09.2013 erfolgte.

Der Kläger kann sich auch nicht auf die von ihm ausgesprochene Kündigungserklärung nach § 649 BGB berufen. Das ordentliche Kündigungsrecht habe die Parteien gemäß Vertragstext wirksam ausgeschlossen.

Der klägerische Einwand der fehlenden Erfüllung verfängt ebenfalls nicht. Selbst bei unterstellter Nichterfüllung, stünde der Beklagten gegen den Kläger ein Anspruch auf die vereinbarte Vergütung zu, allerdings Zug um Zug gegen Versendung der Infobroschüren. Ein Rücktrittsrecht nach § 323 BGB bestünde allenfalls dann, wenn der Kläger der Beklagten zuvor eine Frist zur Erfüllung der vertraglichen Pflichten gesetzt hätte. Eine solche Fristsetzung ist von Klägerseite allerdings nicht vorgetragen worden.

Mangels Unwirksamkeit der vertraglichen Regelung scheidet auch ein Anspruch des Klägers auf Erstattung der außergerichtlichen Rechtsanwaltskosten. Diese wären im vorliegenden Fall aber ohnehin nicht erstattungsfähig gewesen. Für einen Anspruch aus §§ 823 Abs. 2 BGB i.V.m. § 263 StGB bzw. § 826 BGB fehlt es bereits – entsprechend obiger Ausführungen – an einem täuschenden Verhalten. Ein Anspruch gem. §§ 280 Abs. 1, 241 Abs. 2 BGB besteht nicht, da die Beklagte – aufgrund vorstehender Ausführungen – dem Grunde nach einen Anspruch auf Zahlung der vereinbarten Vergütung für die Erstellung und Verbreitung der Infobroschüre hat. Der Vertrag ist wirksam.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit hat ihre Rechtsgrundlage in § 708 Nr. 11, 711 ZPO.

Die Entscheidung über den Streitwert stützt das Gericht auf § 48 GKG, § 3 ZPO. Dabei hat das Gericht im Rahmen der (negativen) Feststellungsklage zur Bestimmung des Streitwertes dasjenige Interesse berücksichtigt, das hinter demjenigen Anspruch steht, dessen sich der Gegner berühmt, vorliegend also 4 x 582,86 Euro als Vergütungssumme für die von der Beklagten hergestellten und verteilten 4 Auflagen der Infobroschüre (vgl. Zöller/Herget, ZPO, 30. Aufl., § 3 Rn. 16).

Rechtsbehelfsbelehrung:

Gegen die Entscheidung kann das Rechtsmittel der Berufung eingelegt werden. Die Berufung ist nur zulässig, wenn der Wert des Beschwerdegegenstands 600 Euro übersteigt oder das Gericht des ersten Rechtszuges die Berufung im Urteil zugelassen hat.

Die Berufung ist binnen einer Notfrist von **einem Monat** bei dem

Landgericht Lübeck
Am Burgfeld 7
23568 Lübeck

einzulegen.

Die Frist beginnt mit der Zustellung der vollständigen Entscheidung, spätestens mit Ablauf von fünf Monaten nach der Verkündung der Entscheidung.

Die Berufung muss mit Schriftsatz durch eine Rechtsanwältin oder einen Rechtsanwalt eingelegt werden. Die Berufungsschrift muss die Bezeichnung der angefochtenen Entscheidung und die Erklärung enthalten, dass Berufung eingelegt werde.

Die Berufung muss binnen zwei Monaten mit Anwaltsschriftsatz begründet werden. Auch diese Frist beginnt mit der Zustellung der vollständigen Entscheidung.

Gegen die Entscheidung, mit der der Streitwert festgesetzt worden ist, kann Beschwerde eingelegt werden, wenn der Wert des Beschwerdegegenstands 200 Euro übersteigt oder das Gericht die Beschwerde zugelassen hat.

Die Beschwerde ist binnen **sechs Monaten** bei dem

Amtsgericht Oldenburg (Holstein)
Göhler Straße 90
23758 Oldenburg (Holstein)

einzulegen.

Die Frist beginnt mit Eintreten der Rechtskraft der Entscheidung in der Hauptsache oder der anderweitigen Erledigung des Verfahrens. Ist der Streitwert später als einen Monat vor Ablauf der sechsmonatigen Frist festgesetzt worden, kann die Beschwerde noch innerhalb eines Monats nach Zustellung oder formloser Mitteilung des Festsetzungsbeschlusses eingelegt werden. Im Fall der formlosen Mitteilung gilt der Beschluss mit dem dritten Tage nach Aufgabe zur Post als bekannt gemacht.

Die Beschwerde ist schriftlich einzulegen oder durch Erklärung zu Protokoll der Geschäftsstelle des genann-

ten Gerichts. Sie kann auch vor der Geschäftsstelle jedes Amtsgerichts zu Protokoll erklärt werden; die Frist ist jedoch nur gewahrt, wenn das Protokoll rechtzeitig bei dem oben genannten Gericht eingeht. Eine anwaltliche Mitwirkung ist nicht vorgeschrieben.

Richterin